

**BERITA PENAYANGAN TARIAN PENDET DALAM IKLAN VISIT  
MALAYSIA YEAR 2009**

**(Analisis Framing Tentang Berita Penayangan Tarian Pendet Pada Situs  
Berita Online Okezone.com dan Detik.com)**

**SKRIPSI**

**(Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Untuk Memenuhi  
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana)**



**Disusun Oleh :**

**Lusi Gresita Praselia**

**0643010193**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN, PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2010**

## KATA PENGANTAR

Ucapan syukur tak hentinya penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi berjudul **“BERITA PENAYANGAN TARIAN PENDET DALAM IKLAN VISIT MALAYSIA YEAR 2009. (Analisis Framing Tentang Berita Penayangan Tarian Pendet Pada Situs Berita Online Okezone.com dan Detik.com)”**.

Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan akademis bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan yang diberikan oleh bebragai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Suparwati, Msi, selaku Dekan FISIP UPN “VETERAN” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S.Sos., Msi., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN “VETERAN” Jawa Timur.
3. Dosen Pembimbing Dra. Dyva Clareta, Msi yang senantiasa memberikan waktu pada penulis dalam penyusunan skripsi penelitian ini.

4. Orang Tua tersayang, Mama dan Papa yang selalu mendukung penulis untuk memberikan dukungan berupa materiil maupun moril sehingga terlaksananya skripsi ini.
5. Kakak ku (Mas Dian dan Mbak Mirna) yang selalu mengawasi perkembangan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Yoko Refany Hengky, teman seperjuangan yang sudah menemani selama magang hingga skripsi.
7. Anak-anak Vidy Vany : Icha, Ponda, Bunda, dll. Yang sudah memberikan keceriaan disaat suntuk mengerjakan skripsi.
8. Sahabatku Meme, Sasa yang sudah menjadi teman setia dari awal semester. I will miss u all.
9. Terakhir, untuk calon pendamping hidupku, Opa. Terima kasih selalu menemani disetiap sudut ceritaku, disetiap detil susah senangku menyelesaikan skripsi ini. I Love You.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat serta karunia-Nya atas keridhoan-Nya yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna. Karenanya apabila terdapat kekurangan didalam menyusun skripsi ini, peneliti dengan senang hati menerima segala saran dan kritik demi sempurnanya skripsi ini.

Surabaya, Nopember 2009

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
 <b>BAB I        PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2	
Perumusan Masalah.....	9
1.3	T
ujuan Penelitian.....	9
1.4	M
anfaat Penelitian.....	10
 <b>BAB II        KAJIAN PUSTAKA .....</b>	11
2.1. Jurnalisme Online Sebagai Media Massa.....	11
2.2. Berita Sebagai Hasil Konstruksi Realitas.....	16
2.3. Wartawan Sebagai Agen Konstruksi Realitas.....	18

2.4. Pengertian Kebudayaan dan Hukum Media.....	22
2.5. Analisis Framing.....	33
2.6. Perangkat Framing Robert N.Entman.....	35
2.7. Teori Penjaga Gerbang (Gatekeeper Theory).....	39
2.8. Kerangka Berpikir.....	40
<b>BAB III      METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1. Metode Penelitian.....	43
3.2. Subyek dan Obyek Penelitan.....	45
3.3. Unit Analisis.....	45
3.4. Korpus Penelitian.....	46
3.5. ....	T
eknik Pengumpulan Data.....	48
3.6. ....	T
eknik Analisis Data.....	48
3.7. ....	L
langkah-langkah Analisis Framing.....	49
<b>BAB IV      HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Sejarah Okezone.com.....	51
4.1.2 Sejarah Detik.com.....	52
4.2 Analisis Isu pada Okezone.com dan Detik.com.....	54

4.2.1	Frame Okezone.com.....	56
4.2.2	Main Frame Okezone.com.....	71
4.2.3	Frame Detik.com.....	77
4.2.4	Main Frame Detik.com.....	89
4.2.5	Perbandingan Frame Detik.com dan Okezone.com.....	98
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>104</b>
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Saran.....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>109</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>111</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 :

### **Okezone.com**

1.	“Indonesia Harus Bawa Masalah Pendet ke Internasional” .....	111
2.	“Tari Pendet Diklaim, Rakyat Indonesia Wajib Marah” .....	112
3.	“Soal Pendet, Indonesia Tunggu Malaysia Minta Maaf” .....	113
4.	“Malaysia Belum Resmi Minta Maaf Soal Pendet” .....	115

Lampiran 2 :

### **Detik.com**

1.	“Discovery Channel Cabut Iklan 'Tari Pendet' Malaysia” .....	116
2.	“Deplu: Ada Upaya Korektif dari Pihak Malaysia” .....	117
3.	“Pelaku Budaya Harus Tampilkan Identitas Daerahnya” .....	118
4.	“Deplu: Malaysia Telah Minta Maaf” .....	119



## **ABSTRAKSI**

**LUSI GRESITA PRASELIA, “BERITA PENAYANGAN TARIAN PENDET DALAM IKLAN VISIT MALAYSIA YEAR 2009. (Analisis Framing Tentang Berita Penayangan Tarian Pendet Pada Situs Berita Online Okezone.com dan Detik.com)”.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembingkaihan pada situs berita online tentang pemberitaan penayangan tarian pendet dalam iklan visit malaysia year 2009 lalu pada okezone.com dan detik.com.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Penjaga Gerbang (Gatekeeper Theory). Karena teori ini dapat menentukan berkualitas atau tidaknya informasi yang akan disebarakan.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode analisis kualitatif. Metode ini merupakan suatu metode yang berupaya untuk memberikan gambaran mengenai suatu fenomena secara terperinci. Subyek dalam penelitian ini adalah situs berita online okezone.com dan detik.com. Sedangkan obyek dari penelitian ini adalah berita mengenai penayangan tarian pendet.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media okezone.com memberikan pemberitaan yang bersifat provokatif. Sedangkan detik.com memberikan pemberitaan yang bersifat solutif. Dimana kasus tersebut adalah kasus yang sempat hangat diperbincangkan oleh masyarakat, apalagi kasus ini melibatkan kehormatan dan harga diri masyarakat Indonesia.

Keyword : Tari Pendet, Berita Okezone.com dan Detik.com.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Balakang Masalah**

Secara harfiah, kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat. Melville J. Herskovits dan Bronislaw Malinowski mengemukakan bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. Istilah untuk pendapat itu adalah Cultural-Determinism. Herskovits memandang kebudayaan sebagai sesuatu yang turun temurun dari satu generasi ke generasi yang lain, yang kemudian disebut sebagai superorganic. Menurut Andreas Eppink, kebudayaan mengandung keseluruhan pengertian nilai sosial, norma sosial, ilmu pengetahuan serta keseluruhan struktur-struktur sosial, religius, dan lain-lain, tambahan lagi segala pernyataan intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat.

Menurut Edward Burnett Tylor, kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat. Sedangkan menurut Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi, kebudayaan adalah sarana hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat.

Kita mengenal dan mempelajari kebudayaan Indonesia secara turun temurun dari dahulu kala, tetapi kenyataan yang ada negara tetangga Indonesia, yaitu Malaysia justru dengan seenaknya mengklaim kebudayaan Indonesia secara gamblang. Malaysia berulang kali melakukan pengakuan kebudayaan Indonesia sebagai kebudayaan Malaysia, dengan melalui iklan pariwisata maupun lewat pameran kebudayaan di Malaysia. Tetapi kita juga seharusnya menyadari bahwa Indonesia hingga saat ini tidak memiliki data lengkap mengenai seni budaya yang tersebar di setiap daerah. Perlindungan hak cipta terhadap seni budaya juga sangat lemah, sedangkan publikasi multimedia secara Internasional mengenai produk seni budaya masih sangat minim. Pemerintah sudah mengimbau pemerintah daerah agar menginventarisasi seni budaya lokal yang ada di daerahnya. Namun, dari 33 provinsi yang ada di Tanah Air, baru tiga provinsi, yakni Bali, Nusa Tenggara Barat, dan DI Yogyakarta, yang melakukan inventarisasi seni budaya mereka. Hasilnya, terdapat sekitar 600 seni budaya yang ada di ketiga provinsi tersebut. Akibat berbagai kelemahan inilah, seni budaya Indonesia sering diklaim negara lain.

Meski inventarisasi seni budaya belum dilakukan, pemerintah bisa lebih proaktif untuk melindungi seni budaya bangsa. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, pada Pasal 10 Ayat 2 disebutkan, negara memegang hak cipta atas folklor dan hasil kebudayaan rakyat yang jadi milik bersama, di antaranya cerita, hikayat, dongeng, legenda, tarian, koreografi, kaligrafi, dan karya seni lainnya. Berdasarkan kewenangan itu, pemerintah bisa melakukan publikasi multimedia secara Internasional secara besar-besaran, baik

melalui televisi, internet, media luar ruang maupun buku-buku mengenai seni budaya. Melalui publikasi dan penyajian data yang baik di lembaga internasional, klaim pihak asing terhadap seni budaya Indonesia bisa dihindarkan. Bisa dibayangkan, kebudayaan Indonesia terus saja di klaim oleh Malaysia, seolah-olah tidak dijadikan pelajaran yang berarti untuk negara ini. Pemberitaan ini sempat menjadi bahan pemberitaan yang hangat bagi masyarakat Indonesia. Hal ini tentunya tidak terlepas dari peran media massa yang menjadikan peristiwa penayangan tarian pendet dalam iklan Visit Malaysia Year 2009 ini sebagai berita utama.

Berangkat dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pemberitaan penayangan tarian pendet yang dilakukan oleh media massa (dalam hal ini media online) di Indonesia. Meskipun obyek pemberitaan semua media adalah sama, yaitu isu penayangan tarian pendet dalam iklan Visit Malaysia Year 2009, namun pemberitaan yang muncul di setiap media pastilah berbeda. Perbedaan ini terlihat dalam banyak hal, yaitu pemilihan sudut pandang (*angle*) penulisan berita, pemilihan judul dan diksi dalam isi berita, tampilan foto dan grafis yang digunakan oleh media yang satu dengan yang lain pasti berbeda. Di balik perbedaan yang tampak pada pemberitaan setiap media, sebenarnya ada pesan lebih dalam yang ingin disampaikan oleh media kepada khalayaknya. Pesan yang berbeda itu ditampilkan lewat perbedaan tampilan foto, penggunaan bahasa, penulisan judul, pemilihan sudut pandang, dan sebagainya. Bisa jadi ideologi tersebut merupakan ideologi yang memang dianut oleh institusi media tersebut. Ideologi itulah yang menjadi dasar dalam kebijakan redaksional

setiap media dan pada akhirnya tercermin dalam setiap pemberitaannya. Setiap institusi media tentunya mempunyai kepentingan dan ideologi yang ingin disampaikan kepada khalayak sesuai pemberitaannya. Hal ini didukung oleh kapasitasnya sebagai sumber informasi yang mempunyai pengaruh besar dalam membentuk pola pikir masyarakat. Paling tidak, isi media massa memberikan topik pemikiran untuk masyarakat.

Munculnya internet memunculkan julukan baru bagi media senior-nya yaitu televisi, radio, media cetak sebagai *Traditional Media*. Ini berarti bertambahlah *channel* bagi para jurnalis untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat yaitu internet yang disebut sebagai *the new media* yang menurut Denis McQuail (2000) lebih interaktif dan memberikan otonomi kepada *user* untuk menjadi audience aktif. Pengaruh media baru terlihat dari perubahan *channel* informasi dari media tradisional menjadi online media. Saat ini semua media tradisional di Indonesia sedang berlomba membuat versi online seiring dengan perkembangan jumlah pemakai internet di Indonesia, dimana saat ini sudah mencapai 25% dari total penduduk Indonesia (Tempo, edisi 5 April 2009). Ini artinya dunia jurnalistik di Indonesia sedang memasuki era baru globalisasi informasi yang tentunya tidak akan bisa terhidar dari tantangan-tantangan yang dikemukakan diatas.

Sebagai individu dan sebagai bagian dari sebuah institusi media, wartawan atau reporter yang menjadi ujung tombak penyaji berita juga memiliki framing yang berbeda untuk satu peristiwa. Sejak awal proses produksi berita,

yaitu saat melakukan penentuan *angle*, pembuatan *question list* untuk wawancara, peliputan, dan penelitian, seorang wartawan sudah memiliki kotak pemikirannya sendiri. Pendek kata, berita yang disajikan di media massa sudah bukan lagi cermin dari kondisi yang sebenarnya, namun merupakan hasil seleksi framing yang dilakukan oleh individu redaksional sebuah media. Bagaimana pemahaman masyarakat mengenai dunia sangat dipengaruhi oleh framing yang dibuat oleh sumber informasi mereka, dalam hal ini media. Permasalahan biasanya mulai timbul ketika sebuah institusi media ternyata memiliki kepentingan politis yang terselubung di dalam pemberitaannya. Tentu saja berita yang disajikan oleh media tersebut akan menjadi bias dan tidak sesuai dengan realita yang sedang terjadi.

Celakanya lagi, jika khalayak konsumennya diarahkan untuk mengikuti pola pikir tersebut dan menjadi sekumpulan massa yang tercipta untuk kepentingan tertentu. Karena itulah banyak pengamat media yang kemudian melakukan penelitian-penelitian terhadap isi berita di media massa. Penelitian tersebut dilakukan dalam rangka melakukan kontrol terhadap media yang menyalahgunakan fungsinya sebagai sumber informasi. Dengan penelitian tertentu, seperti melakukan analisis framing, para pengamat media bisa melihat bagaimana suatu berita bisa menunjukkan sikap sebuah institusi media, bagaimana ideologi dipresentasikan. Kini dalam pemberitaan perebutan kebudayaan Indonesia oleh Malaysia, peneliti ingin mengkonstruksi peristiwa tersebut melalui okezone.com dengan detik.com

Yang saya lakukan pertama adalah bagaimana membingkai kasus tersebut, detik.com dan okezone.com mengembangkan bingkai dan konstruksi

yang berbeda tentang penayangan tarian pendet dalam iklan Visit Malaysia Year 2009. Bingkai itulah yang digunakan oleh kedua situs berita tersebut dalam menilai seluruh peristiwa yang ada di Indonesia. Di dalam pemberitaan kedua situs berita tersebut, okezone.com menyebutkan bahwa Malaysia membantah pemberitaan yang beredar di Indonesia. Sekilas nampak bahwa media ini bertindak provokatif karena dalam beritanya, mewajibkan rakyat Indonesia marah terhadap kelancangan Malaysia menayangkan tarian pendet tanpa seijin Indonesia.

Sedangkan pemingkaian detik.com jika dilihat dalam pemberitaannya adalah pemberian kebijakan solutif dalam isu penayangan tarian pendet dalam iklan Visit Malaysia Year 2009 dan tidak menyalahkan kedua belah pihak. Media ini menyarankan kedua negara tersebut agar jangan sampai mengganggu hubungan bilateral yang sudah terjalin dengan baik.

Peneliti memilih okezone.com dan detik.com, karena Okezone.com merupakan portal *online* berita dan hiburan yang berfokus pada pembaca Indonesia baik yang berada di tanah air maupun yang tinggal di luar negeri. Berita okezone.com *diupdate* selama 24 jam dan mendapatkan kunjungan pembaca sebanyak hampir 100 juta *page views* setiap bulannya. okezone.com adalah situs berita dan informasi di Indonesia yang memiliki beberapa cakupan wilayah yang cukup besar di wilayah provinsi Indonesia, seperti Surabaya, Jakarta, Bandung, dan Semarang. Dengan mengutamakan berita yang faktual, aktual cepat diakses oleh pembaca, dan memiliki *link* yang lengkap sehingga bisa diakses oleh pembaca jika ingin berita yang lainnya. Okezone.com hadir untuk memberikan terobosan baru dengan menggunakan media online. Situs okezone.com berisi

beragam konten, antara lain; *News, International, Economy, Lifestyle, Sports, Techno* dan masih banyak lainnya. Konten berita okezone.com ditulis secara tajam, singkat, padat, dan dinamis sebagai respons terhadap tuntutan masyarakat yang semakin efisien dalam membaca berita. Selain itu konsep portal berita *online* juga semakin menjadi pilihan masyarakat karena sifatnya yang *up-to-date* dan melaporkan kejadian peristiwa secara *instant* pada saat itu juga sehingga masyarakat tidak perlu menunggu sampai esok harinya untuk membaca berita yang terjadi.

Sedangkan Detik.com adalah sebuah portal web yang berisi berita aktual dan artikel *online* di Indonesia. Detik.com merupakan portal kepada banyak situs, di antaranya; DetikNews, DetikFinance, DetikHot, Detik-Net, DetikSport, DetikSurabaya dan beberapa fasilitas lainnya Detik.com merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, detik.com hanya mempunyai edisi *online* dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, Detik.com merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru (*breaking news*). Detik.com mengandalkan berita yang cepat, akurat dan memiliki berita terlengkap mulai bisnis, ekonomi, politik, ekonomi, sosial, budaya, dan lain sebagainya. Berita detik.com tergolong jenis berita *hard news* sehingga lebih sering menerbitkan peristiwa berbau politik, ekonomi, kebudayaan, dan lainnya.

Peneliti mengambil berita yang memuat tentang penayangan tarian pendet dalam iklan Visit Malaysia Year 2009 di situs berita okezone.com dan



detik.com mulai 22 Agustus 2009 - 28 Agustus 2009 karena sampai sekarang pemberitaan tersebut masih menjadi pemberitaan yang hangat untuk dibicarakan.

Pemberitaan Okezone.com dan Detik.com antara lain :

**Okezone.com :**

- a. Sabtu, 22 Agustus 2009 - 09:12 wib  
**“Indonesia Harus Bawa Masalah Pendet ke Internasional”**
- b. Senin, 24 Agustus 2009 - 13:21 wib  
**“Tari Pendet Diklaim, Rakyat Indonesia Wajib Marah”**
- c. Kamis, 27 Agustus 2009 - 17:17 wib  
**“Soal Pendet, Indonesia Tunggu Malaysia Minta Maaf”**
- d. Jum'at, 28 Agustus 2009 - 14:15 wib  
**“Malaysia Belum Resmi Minta Maaf Soal Pendet”**

**Detik.com :**

- a. Senin, 24/08/2009 15:53 WIB  
**“Discovery Channel Cabut Iklan 'Tari Pendet' Malaysia”**
- b. Senin, 24/08/2009 20:32 WIB  
**“Deplu: Ada Upaya Korektif dari Pihak Malaysia”**
- c. Selasa, 25/08/2009 16:47 WIB  
**“Pelaku Budaya Harus Tampilkan Identitas Daerahnya”**

d. Jumat, 28/08/2009 12:50 WIB

**“Deplu: Malaysia Telah Minta Maaf”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, permasalahan yang ingin diangkat oleh peneliti adalah :

Apa yang ingin dikonstruksikan oleh media online okezone.com dan detik.com dalam pemberitaan penayangan tarian pendet dalam iklan Visit Malaysia Year 2009?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui apa yang ingin dikonstruksikan oleh media online okezone.com dan detik.com dalam pemberitaan penayangan tarian pendet dalam iklan Visit Malaysia Year 2009.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini kelak diharapkan dapat menjadi rujukan dan masukan bagi penelitian komunikasi berkaitan dengan analisis media online yang menggunakan metode analisis framing.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Peneliti berharap penelitian ini mempunyai manfaat praktis bagi para pelaku media. Penelitian ini diharapkan bisa memiliki peran kontrol terhadap

pemberitaan media massa. Meskipun subjektivitas adalah suatu hal yang wajar dan sering tak dapat dihindari, namun sebaiknya media massa sedapat mungkin meminimalisir bias dalam pemberitaannya.